



**Universidad**  
**Inca Garcilaso de la Vega**  
**Nuevos Tiempos. Nuevas Ideas**

## **Trabajo de Suficiencia Profesional**

**Título: APLICATIVO MOVIL PARA MEJORAR EL DESENVOLVIMIENTO  
DE LOS VISITANTES A LA FERIA INTERNACIONAL DE ALIMENTOS EN EL  
PERÚ**

**Presentado por**

**Bachiller Johan Jair Jiménez Luna**

**Carrera Profesional de Comercio Exterior y Marketing Internacional**

Dedicado a mis Padres, Carlos & Yojana, que son los seres que más  
quiero en este mundo, a mi hermana Cristina que es mi perfecta cómplice,  
y a Dios por darme la dicha de tener a las personas más maravillosas como abuelos,  
Yolanda, Irene, Grimaldo & Manuel, gracias por tanto amor, por tanto cariño,  
Por ser mis incondicionales en todo.

## ÍNDICE

### RESUMEN

### ABSTRAC

### INTRODUCCION

## CAPÍTULO I: FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA INVESTIGACIÓN

### 1.1 Marco Histórico

1.1.1 Marco Histórico de las Ferias Internacionales

1.1.2 Marco Histórico de las Aplicaciones Móviles

### 1.2 Antecedentes de Estudio

1.2.1 Fancy Food App

1.2.2 AAPEX App

1.2.3 Tesis: Diseño de una aplicación móvil para la consulta académica de la FIIS- Universidad Tecnológica del Perú – Perú - 2013

1.2.4 Tesis Doctoral: Diseño de objetos virtuales colaborativos orientados a servicios en el marco de Internet de las cosas por Jordan Pascual Espada - Universidad de Oviedo – España, 2012

### 1.3 Marco Teórico

1.3.1 Marco Teórico de las Ferias Internacionales

1.3.2 Marco Teórico de las Aplicaciones Móviles

### 1.4 Marco Conceptual

## CAPITULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 2.1 Descripción de la Realidad Problemática

### 2.2 Formulación del Problema

## CAPITULO III: OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

## CAPITULO IV: FORMULACIÓN DEL DISEÑO (PROPUESTA DE SOLUCIÓN)

### 4.1 Diseño Esquemático

### 4.2 Descripción de Aspectos básicos del Diseño

## CAPÍTULO V: PRUEBA DEL DISEÑO

## **REFERENCIAS**

## **RESUMEN**

El siguiente trabajo podremos encontrar la solución a un problema que conlleva año con año en las ferias internacionales de alimentos en Perú, en este caso, aplicada a Expoalimentaria 2017, una de las ferias más importantes de alimentos en Latinoamérica, donde a través de un aplicativo móvil podremos mejorar el desenvolvimiento de los visitantes en feria y recabar información a través de esta, con la finalidad de mejorar los estándares de calidad y ponernos a la vanguardia de otras ferias internacionales de Alimentos como es Fancy Food aplicando la tecnología y las nuevas tendencias como son las Aplicaciones Móviles.

Palabras Clave: Feria, Latinoamérica, Aplicación Móvil, APP, Tecnología, tendencias.

## **ABSTRAC**

The next work we can find the solution to a problem that comes year after year at the international food fairs in Peru, in this case, applied to Expoalimentaria 2017, one of the most important food fairs in Latin America, where through an application mobile we can improve the development of visitors to the fair and gather information through it, in order to improve quality standards and put us at the forefront of other international food fairs such as Fancy Food, applying technology and new trends as are the Mobile Applications.

Key Words: Fair, International, Mobile Applications, Technology, Tendency.

## INTRODUCCIÓN

A través de los años hemos podido apreciar que las ferias internacionales de cualquier tipo son una ventana para el comercio internacional y el intercambio de culturas, también una muy buena forma de innovación ya que conllevan a mejorar cada día frente a la competencia. Este tipo de innovación se demuestra de muchas maneras, más aun ahora, que vivimos en un entorno globalizado y donde la tecnología es crucial para el desarrollo de nuestros productos y servicios, tanto como para la mejora de eventos como lo es una Feria Internacional de Alimentos.

El uso de la tecnología en eventos no es nuevo, podemos apreciar estos avances desde la forma de publicitarlos en las redes sociales hasta el uso de Smartphones donde puedes descargar el mapa de la feria sin necesidad de tenerlo impreso. Pero en algunas ocasiones, se decide ir un paso más allá y proponer la creación de un sistema más sofisticado e innovador donde el visitante a la feria no solo se limite a descargar el mapa, sino también a tener una aplicación donde pueda interactuar con la feria y todo los beneficios de esta, una aplicación que le brinde información y que lo ayude a desenvolverse de la mejor manera para que su estancia sea la más agradable.

## CAPITULO I: FUNDAMENTOS TEORICOS DE LA INVESTIGACION

### 1.1 Marco Histórico

#### 1.1.1 Marco Histórico de ferias Internacionales

Las Ferias como tales empezaron en tiempos del Imperio Romano, normalmente celebradas en el Norte de Europa, con el objetivo de promover el comercio en las diferentes provincias que imperaba la Pax Romana. Al momento de desintegrarse el Imperio Romano a finales del siglo V D.C, la actividad comercial de este tipo desapareció hasta el siglo VII. En esta época comenzaron a aparecer las famosas ferias de Caravanas, en las que se reunían para celebrar actos religiosos, hacer negocios, intercambiar productos, etc.; este tipo de práctica se extendió a toda Europa de forma consuetudinaria formándose como una práctica de negocio común. Desde mediados del siglo XII y hasta varios siglos después, las ferias de Leipzig y Champagne (Alemania, desde 1165 dC ) y Frankfurt ( Alemania, desde 1240 dC) fueron entre las más importantes de Europa. En ellas se comercializan todo tipo de productos.

Apartando la religión, los mercaderes intercambiaban bienes a la salida de los templos, aprovechando la aglomeración de los fieles, el ambiente festivo y la euforia religiosa, tal cual se vive hoy en día en festividades religiosas mundiales como la del “Señor de los Milagros” en Perú, o la de la “Virgen de Guadalupe” en México; lo que incrementaba el ánimo de gasto en la compra de suvenires u otro tipo de cosas. Al ir tan unidas estas dos acciones, se desarrolló en latín el verbo *feriari*, que significaba comprar y vender en la feria.

En los primeros tiempos del cristianismo, se entendió que era impropio nombrar los días de la semana con los nombres paganos de los dioses-astros, aunque se mantuvo el sábado y el domingo, pero éste también se llamó *Feria Prima*, es decir, la primera fiesta litúrgica dedicada al culto. Los demás días pasaron a denominarse *feria*

*secunda, tertia, quarta, etc.*, uso que se ha conservado en la lengua portuguesa (Origen de las palabras).

“En el Perú, la feria más importante de alimentos es Expoalimentaria, es la principal plataforma de negocios internacional del sector alimentos, bebidas, maquinaria, equipos, insumos, envases y embalajes, servicios, restaurantes y gastronomía más importante de Latinoamérica, la cual se constituye como el punto de encuentro internacional de empresas exportadoras, y selectos compradores provenientes de los cinco continentes. Congrega más de 43,600 visitantes profesionales, asimismo, más de 650 empresas exhiben sus productos y lo último en tecnología.”

#### Desarrollo Histórico de Expoalimentaria<sup>1</sup>

Categoría / Año	2011	2012	2013	2014	2015
Área de Exhibición	18,000 mt2	20,500 mt2	21,000 mt2	23,000 mt2	23,400 mt2
Stands nacionales	382	415	468	500	514
Stands internacionales	130	134	156	154	169
Países en Exhibición	23	18	13	14	15
Visitantes internacionales	1,715	2,012	2,298	2,556	3,154
Visitas Totales	27,273	30,000	37000	32,594	43,613
Países Visitantes	50	+50	58	66	77
Monto Negociado	US\$ 471.7M	US\$ 300M	US\$ 660M	US\$ 730M	US\$ 800M

#### 1.1.2 Marco Histórico de las Aplicaciones Móviles

Las primeras aplicaciones móviles datan de finales de los 90s estas eran lo que conocemos como la agenda, arcade games, Los editores de ringtone, etc. cumplían funciones muy elementales y su diseño era bastante simple.

La evolución de las apps se dio rápidamente gracias a las innovaciones en tecnología WAP y la transmisión de data (EDGE) esto vino acompañado de un desarrollo muy fuerte de los celulares. Para entender el resto de la historia simplificaré todo e iré al presente. Apple lanza el iPhone y junto a el llegan muchas más propuestas de

<sup>1</sup> Expoalimentaria - 20/09/2016 – Recuperado de <http://www.expoalimentariaperu.com/el-evento.aspx>



smartphones, entre ellas Android, la competencia más grande del sistema operativo del iPhone. Es aquí que empieza el boom de las apps, juegos, noticias, diseño, arte, fotografía, medicina todo en tus manos gracias a la revolución de las aplicaciones móviles. La próxima semana entraré en detalle.

Desde el momento en que Apple iOS y Android aparecen en el mercado el resto de empresas empieza a desarrollar nuevas tecnologías y lanzan smartphones cada vez más innovadores, cada vez más potentes.

Nokia junto a Sony Ericsson y otras empresas aparecen con Symbian OS, están también blackberry, BREW, Samsung Bada, Palm OS, entre otros.

Pero eso no diferencia realmente a los smartphones, de los teléfonos celulares de la década de los 90. Fueron las aplicaciones y la disposición de éstas quienes generaron este boom. Apple lanza el AppStore, un lugar en el cual el usuario puede acceder, bajar o pagar por las aplicaciones de su interés, desde una alarma, hasta un diccionario de leyes de la prestigiosa universidad Harvard.

Aquí es donde la cosa se pone interesante. Apple o Google no irían a desarrollar aplicaciones, porque simplemente no es su mercado. En vez de eso facilitaron la posibilidad de darle a cualquier persona acceso a los SDK (Software Development Kits). Es aquí donde los abanicos de aplicaciones se incrementaron radicalmente y entraron miles de nuevas empresas y microempresas ofertando sus productos, es ese el presente, es en este momento en el cual empieza la real competencia. Android tiene más de 500 000 aplicaciones disponibles, por otro lado, Apple mantiene un número similar de aplicaciones en su App Store, pero ya superaron 25 billones de descargas.<sup>2</sup>

## **1.2 Antecedentes del Estudio**

### **1.2.1 Fancy Food App**

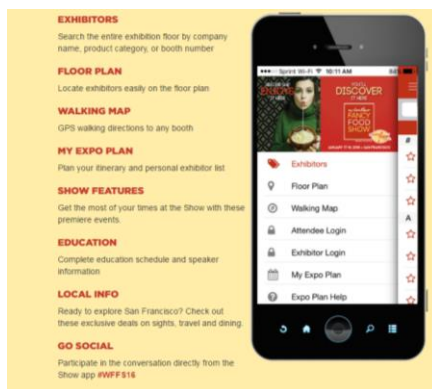
“Fancy Food” es una de las ferias más importantes a nivel mundial en el ‘ámbito alimenticio, gastronómico y de bebidas, donde se reúnen aproximadamente más de

---

<sup>2</sup> LEAPP - 20/09/2016 - Recuperado de <https://leapp.wordpress.com/2012/04/30/historia-de-las-aplicaciones-moviles/>

400 000 visitantes al año. Se realiza normalmente en San Francisco, California. La feria es especializada en panadería, confitería, y alimentación especializada.

Ellos utilizan la “Fancy Food App”, esta aplicación les permite a los visitantes, ubicarse en la feria, saber sobre los eventos, una agenda personal sobre la feria, información local, educación e interactuar con sus redes sociales.



Contenido de Fancy Food App <sup>3</sup>

### 1.2.2 AAPEX App

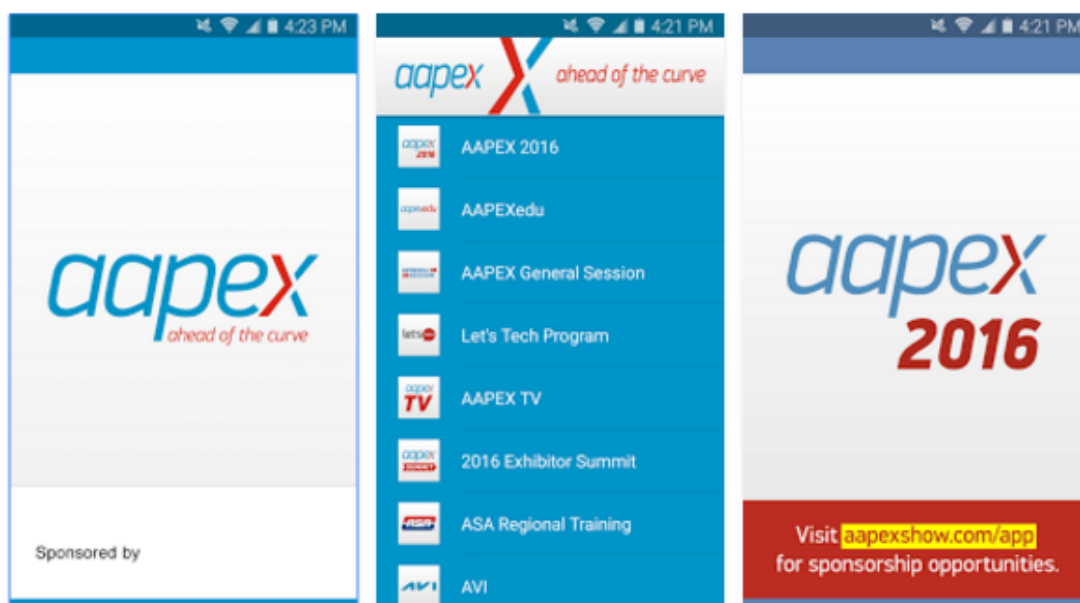
Automotive Aftermarket Products Expo (AAPEX) es el principal evento mundial que representa \$ 356 mil millones para la industria de accesorios de cuidado de automóviles y repuestos. AAPEX cuenta con más de 2.200 fabricantes y proveedores de repuestos automotrices, servicios y tecnologías innovadores que representan aproximadamente 440 000 compradores. AAPEX es propiedad conjunta de la Auto Care Association y de la AASA

<sup>3</sup> SPECIALTY FOOD ASOCIATION – contenido del App “ Fancy food” – recuperado, adaptado y traducido de <https://www.specialtyfood.com/shows-events/winter-fancy-food-show/attend/showapp/>

(Asociación de Proveedores de Repuestos de Automóviles), la división de vehículos de motor ligeros de la Asociación de Fabricantes de Motor y Equipos (MEMA)<sup>4</sup>

En esta importante feria internacional también se usa una aplicación móvil para mejorar el desenvolvimiento de los participantes, ellos la definen como “La aplicación móvil gratuita pone todo lo que AAPEX tiene para ofrecer al alcance de su mano. Es fácil de descargar e instalar, e incluso más fácil de usar. Con la instalación de esta App en su dispositivo móvil y obtener acceso instantáneo a todo lo que ocurre antes, durante y después del evento.”<sup>5</sup>

Esta aplicación móvil le permite al visitante tener el mapa de la feria en su celular, aviso de inicio de los workshops, horarios, una agenda personal y saber minuto a minuto sobre los eventos en la feria, también puedes buscar a los expositores y empresarios, ubicándolos por stand y números de contactos de la empresa.



AAPEX App 2016<sup>6</sup>

<sup>4</sup> AAPEX SHOW – About AAPEX – Recuperado, adaptado y traducido de <http://www.aapexshow.com/2016/public/Content.aspx?ID=4032&sortMenu=102001>

<sup>5</sup> AAPEX SHOW – AAPEX mobile App – Recuperado, adaptado y traducido de <http://www.aapexshow.com/2016/public/Content.aspx?ID=4027&sortMenu=102006>

<sup>6</sup> AAPEX App – Grafico – Recuperado de <https://play.google.com/store/apps/details?id=a2z.Mobile.Event3578>

### **1.2.3 Tesis: DISEÑO DE UNA APLICACIÓN MÓVIL PARA LA CONSULTA ACADÉMICA DE LA FIIS-UTP – 2013**

Como proyecto de Investigación, los alumnos de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Tecnológica del Perú, elaboraron la siguiente tesis, donde proponen la creación de un aplicativo móvil para la consulta de notas, como para la inscripción a cursos y revisión de tareas del alumnado de la facultad, entre otras funciones, como podemos apreciar en el texto citado a continuación:

a) Planteamiento del problema

La Facultad de Ingeniería Industrial y de Sistemas (FIIS), de la Universidad Tecnológica del Perú, cuenta con un sistema académico por medio de un portal web, que brinda información al estudiante. La consulta de horarios, la verificación de asistencias, detalle de las calificaciones tanto de prácticas calificadas como de exámenes parciales y finales, así como el control de pagos y su respectiva fecha de vencimiento son las que más solicitan, si bien es cierto el portal nos presenta más opciones, las descritas con anterioridad son las más frecuentadas. El problema radica en que el portal web académico sólo pueden ser realizadas a través de un ordenador que tenga conexión a internet. Si bien es cierto muchos de nosotros contamos con estos equipos y servicios, el acceso al sistema académico sólo es realizado en lugares específicos. Actualmente el avance de la tecnología en los teléfonos móviles nos permite tener acceso a internet para poder enviar y recibir información de manera más rápida, en cualquier momento y lugar que uno desee, pero la universidad no aprovecha las tecnologías que existen actualmente en el mercado originando una desventaja competitiva en el ámbito de aprovechamiento de tecnología, por ende pierde prestigio frente a las demás. El incremento de alumnos en la universidad, que actualmente ya supera los 20 mil alumnos, según el informe dado por el periódico de la universidad, esto ocasiona que en los días de prácticas muchos alumnos necesiten estar informados de sus notas y traten de buscar algún laboratorio de la universidad que en muchos casos están en clase, originando que el alumno se vea obligado a esperar llegar a su casa, alquilar una cabina de internet o adquirir un ordenador portátil. El tener que recurrir a aquellos lugares donde se puede encontrar un ordenador el cual servirá al alumno para poder acceder al sistema académico de la universidad demanda un costo en tiempo y dinero, originando en los alumnos una insatisfacción en el nivel de servicio

de información y esto repercute en la universidad en la disminución en la cantidad de postulantes y mayor índice de traslados.

b) Justificación de la Investigación

El presente trabajo de investigación es desarrollado con la finalidad de poder ofrecer a los usuarios (alumnos) de la facultad de ingeniería industrial y de sistemas de la Universidad Tecnológica del Perú una nueva alternativa de poder realizar las diversas consultas académicas. Si bien es cierto que la universidad cuenta con un portal web a la cual se puede ingresar solo si se tiene un ordenador conectado a internet, lo que se plantea en este trabajo es Página 11 diseñar un aplicativo móvil que sea capaz de poder realizar las mismas funciones del portal web con la diferencia de que la información pueda ser revisada mucho más rápida, en cualquier lugar y tiempo que el usuario lo solicite, ya que el principal propósito es de satisfacer los requerimientos de los usuarios de manera más rápida gracias al diseño de la aplicación

c) Viabilidad Operativa

El aplicativo móvil será capaz de realizar las funciones que el usuario lo solicite de manera fácil de poder ser manipulada ya que el manejo será similar al que cuenta el sistema académico actual. “<sup>7</sup>

**1.2.4 Tesis Doctoral: Diseño de objetos virtuales colaborativos orientados a servicios en el marco de Internet de las cosas, Universidad de Oviedo – España, 2012**

En la siguiente Tesis en mención, se puede apreciar el interés que le pone el autor para poder poner énfasis en la solución de problemas a través de una aplicación móvil en sus Smartphones, y de cómo interactúan con la persona, también de la configuración nada sencilla de estas, pero sin embargo, nos da el uso de esta tecnología como medida de solución a muchos inconvenientes y lo estrechamente que está ligado al internet de una forma intrínseca. Aquí ponemos puntos importantes a resaltar:

Resumen

La idea general que hay detrás de “Internet de las cosas” es sencilla: cualquier “cosa”, es decir, cualquier objeto convenientemente etiquetado, podrá ser capaz de interactuar o comunicarse con otros objetos y sistemas, ya sea utilizando Internet, redes privadas u otros mecanismos de

---

<sup>7</sup> Tesis : DISEÑO DE UNA APLICACIÓN MÓVIL PARA LA CONSULTA ACADÉMICA DE LA FIIS-UTP – Fragmento – 2013  
Recuperado el día 02/01/2016 de [https://pis1.wikispaces.com/file/view/Presentacion+Final\\_Tesis+I.pdf](https://pis1.wikispaces.com/file/view/Presentacion+Final_Tesis+I.pdf)

comunicación. Una pieza clave en el desarrollo del Internet de las cosas son los teléfonos móviles inteligentes, conocidos como Smartphones. A día de hoy millones de usuarios utilizan asiduamente sus Smartphones para interactuar con diversos tipos de objetos físicos o dispositivos electrónicos de su entorno. En la mayoría de los casos, el proceso de interacción entre el Smartphone y los objetos físicos o dispositivos está gestionado por una aplicación software específica. Debido a las características de este tipo de aplicaciones, en la mayoría de casos deben de ser desarrolladas como aplicaciones nativas específicamente para la plataforma móvil destino. La utilización de aplicaciones software nativas en los procesos de interacción entre Smartphones y objetos físicos produce varias consecuencias no deseadas, entre las que se encuentran los elevados costes y dificultades de desarrollo derivadas de la replicación de desarrollos en distintas plataformas móviles. Por otra parte, la gestión de las actuales aplicaciones nativas móviles implica una serie de procesos secundarios, como la descarga, instalación y configuración. Estos procesos no son adecuados para los sistemas que se basan en la interacción ocasional o puntual con objetos físicos o dispositivos, puesto que las acciones secundarias podrían llegar a consumir más tiempo que el propio proceso de interacción. Motivados por los problemas expuestos se ha procedido al desarrollo de esta tesis doctoral. En ésta se define un modelo aplicable al desarrollo de aplicaciones móviles que basan una parte importante de su funcionalidad en la interacción con objetos físicos o dispositivos electrónicos cercanos. El modelo propuesto no está ligado a ninguna plataforma móvil ni tecnología de desarrollo específica, por ello permite el desarrollo de aplicaciones móviles válidas para múltiples plataformas. Además la propuesta incluye optimizaciones relativas al desarrollo de este tipo de aplicaciones, como la abstracción en la gestión de los elementos hardware del dispositivo que habilitan las comunicaciones y la captura de información de contexto. La propuesta reduce considerablemente los tiempos empleados por los procesos secundarios, permitiendo que las aplicaciones desarrolladas sean óptimas para su uso en sistemas que se basan en la interacción ocasional con objetos o dispositivos electrónicos. El modelo propuesto es el resultado de tres procesos de interacción, cada uno de ellos ha tenido como resultado modificaciones significativas en la arquitectura y características de la propuesta, con el fin de que ésta se adecue de la mejor forma posible a la consecución de los objetivos. La versión final del modelo se basa en una especificación que se combina con las tecnologías web, las aplicaciones web generadas se ejecutan parcialmente en el propio dispositivo cliente, además

de en el servidor remoto. Este modo de ejecución mixto permite a las aplicaciones web gestionar los elementos hardware del dispositivo cliente, con el fin de realizar comunicaciones o capturar información de contexto. Por último, las herramientas y aplicaciones desarrolladas siguiendo las especificaciones presentadas han servido para evaluar y verificar diversos aspectos de la propuesta.<sup>8</sup>

### 1.3 Marco Teórico

#### 1.3.1 Marco Teórico de las Ferias Internacionales

Desde el punto de vista etimológico, la palabra feria procede del latín (*feria, feriae*; pero se utilizaba principalmente en plural: *feriae, feriarum*). Los romanos la utilizaban para designar los “días festivos” o “días de vacaciones” refiriéndose al cese en esos días de toda actividad civil para dedicarla al culto religioso y a los festejos que lo acompañaban (UFI). El alemán también asumió en su léxico esta vinculación de las ferias a las fiestas religiosas, dado que además de *Markt* o *Jahrmarkt* (mercado anual), la feria también se denomina *Messe*, que proviene del latín *missa*. De hecho, para concluir el servicio religioso se pronunciaban las palabras “*ite, Missa est*” y se iniciaba de esta manera la apertura del mercado<sup>9</sup>

Apartando la religión, los mercaderes intercambiaban bienes a la salida de los templos, aprovechando la aglomeración de los fieles, el ambiente festivo y la euforia religiosa, tal cual se vive hoy en día en festividades religiosas mundiales como la del “Señor de los Milagros” en Perú, o la de la “Virgen de Guadalupe” en México; lo que incrementaba el ánimo de gasto en la compra de suvenires u otro tipo de cosas. Al ir tan unidas estas dos acciones, se desarrolló en latín el verbo *feriari*, que significaba comprar y vender en la feria.

En los primeros tiempos del cristianismo, se entendió que era impropio nombrar los días de la semana con los nombres paganos de los dioses-astros, aunque se mantuvo el sábado y el domingo, pero éste también se llamó *Feria Prima*, es decir, la primera fiesta litúrgica

---

<sup>8</sup> “Tesis Doctoral: Diseño de objetos virtuales colaborativos orientados a servicios en el marco de Internet de las cosas” – RESUMEN - por Jordan Pascual Espada Universidad de Oviedo, España, 2012.

<sup>9</sup> RODRÍGUEZ, MUÑOZ Y GONZÁLEZ (2013). Historia, definición y legislación de las ferias comerciales. Anuario Jurídico y Económico Escurialense, XLVI (2013) 449-466 / ISSN: 1133-3677

dedicada al culto. Los demás días pasaron a denominarse *feria secunda, tertia, quarta*, etc., uso que se ha conservado en la lengua portuguesa (Origen de las palabras).

Muchos autores han definido el concepto de feria, a continuación citaremos a algunos para tener una percepción amplia sobre esta.

En un principio, no se distinguía entre feria y mercado, tal y como se puede observar en la definición establecida Navarrini en 1914: “*Las ferias y mercados son reuniones periódicamente realizadas, con intervalos de tiempo más o menos largos, con irradiación más o menos limitada sobre productores y comerciantes dirigidas a facilitar y multiplicar las operaciones mercantiles*”.

DÍAZ, E (1994) Las ferias y mercados no son lo mismo; ambos conceptos engloban distintas realidades. Es verdad que existen ferias con un carácter considerablemente equivalente al de mercados, aunque existan matices diferenciales y otras que no se pueden considerar mercados, ya que no se puede comprar ni vender en las mismas, encuadrándose más bien en conceptos como el de muestras o exposiciones; aun así, el Diccionario de la Real Academia Española, en su vigésima segunda edición, define *feria* en su primera acepción como “*Mercado de mayor importancia que el común, en paraje público y días señalados*”. La sexta definición identifica a la feria como: “*Instalación donde, se exponen los productos de un solo ramo industrial o comercial, como libros, muebles, juguetes, etc., para su promoción y venta*”. También se define la *feria de muestras* como “*Instalación donde, con periodicidad determinada, se exponen máquinas, herramientas, vehículos, aparatos y otros productos industriales o de comercio, para promover su conocimiento y venta*”.<sup>10</sup>

Actualmente, una forma de promoción del comercio exterior son las ferias internacionales y han demostrado tener éxito, puesto que la mayoría de empresas que participan de estos eventos incrementan sus contactos internacionales y sobre todo sus ventas que luego se ven reflejadas en la balanza comercial y crecimiento económico del país. De esta manera, en el Perú los entes de promoción son el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU), el Ministerio Nacional de Agua y Riego (MINAGRI), el Ministerio de

---

<sup>10</sup> DÍAZ, E., “Irreivindicabilidad de los bienes adquiridos en ferias y mercados”, en *Revista de Derecho Mercantil*, 233 (1999) 1117-1138



Relaciones Exteriores (MRE), la Cámara de Comercio de Lima (CCL), la Asociación de Exportadores (ADEX), entre otras entidades.

Las ferias han ido cambiando al ritmo del desarrollo del comercio y han actuado al mismo tiempo como herramienta de impulso al comercio internacional. En la edad antigua eran verdaderos centros de trueque ubicados en puntos estratégicos como zonas portuarias o cruces en las rutas de caravanas. En la edad romana con la creación de la moneda como valor de cambio se acrecentó su dinamismo y poder de concentración del flujo comercial. La revolución industrial estimuló de manera impresionante su actividad de tal forma que se transformaron en vitrinas donde cada país exhibía su industria y tecnología. En esta etapa nació la Primer Feria Internacional, organizada en el Crystal Palace de Londres en 1851, la cual tuvo una duración de siete meses. Con el transcurso del tiempo las ferias se fueron especializando y multiplicando siguiendo las tendencias de la industria. Actualmente existe un sin número de ferias sectoriales. Existe una tendencia a la liberalización de la actividad ferial, incrementándose la presencia de organizadores privados. Las ferias internacionales son uno de los elementos de mayor futuro en el fomento de los intercambios internacionales. En ellas se dan cita los principales empresarios de cada sector y es una excelente oportunidad para el establecimiento de contactos, el lanzamiento de proyectos, la difusión de información, etc.

LATORRE, J. L (1990) Se define una feria como “*una concentración periódica de la oferta y la demanda en el espacio y en el tiempo*”<sup>11</sup>

TELLIS, G. J., y REDONDO (2002) Otros consideran que las ferias son “*reuniones periódicas en donde los miembros de una asociación intercambian puntos de vista, planifican ciertos acontecimientos o examinan nuevos productos*”.<sup>12</sup>

ESTEBAN, A (1997) Para otros las ferias son “*manifestaciones periódicas, de corta duración, en las que fabricantes, suministradores y distribuidores de una determinada*

---

<sup>11</sup> LATORRE, J. L., *Ferias y exposiciones en el exterior. Manual práctico*, ICEX, Madrid 1990

<sup>12</sup> TELLIS, G. J., y REDONDO, I., *Estrategias de Publicidad y Promoción*, Pearson Educación, S.A. (Addison-Wesley), Madrid 2002

*industria o actividad exponen sus productos, proporcionan información y toman sus pedidos a los compradores potenciales”.*<sup>13</sup>

Sarmiento (1995) considera que una **feria internacional** es “un medio de relaciones públicas y de marketing muy importante ya que se contacta con clientes, distribuidores y público en general. En las ferias intervienen todos los elementos del plan de marketing de la empresa: la empresa presenta a sus visitantes sus productos y servicios, los precios, la logística y distribución, el mix de comunicación”.<sup>14</sup>

También se ha comentado que las ferias son “*instrumentos de marketing que favorecen y aceleran los procesos de venta. Se trata de un medio privilegiado de presentación de productos y servicios ante un gran número de clientes, usuarios, competidores, prescriptores y medios de comunicación en un período de tiempo y en un espacio reducidos*”<sup>15</sup>

Considerando las definiciones anteriores expuestas, se puede definir una feria como un evento comercial, que se celebra de forma periódica y durante un período de tiempo reducido, donde en un espacio limitado que puede ser el mismo o variar dependiendo de las necesidades, se concentra la oferta y la demanda de uno o varios sectores económicos.

Como instrumento de marketing, la celebración de la feria permite el desarrollo de funciones básicas que son la promoción de la imagen mediante el desarrollo de las relaciones con los clientes actuales y potenciales y la venta de bienes y servicios; también se pueden llevar a cabo en las ferias funciones como, entre otras, la obtención de información, la investigación de nuevos productos y nuevas ideas de negocios.

UFI - The Global Association of the Exhibition Industry, considera que tanto las ferias como las exposiciones son acontecimientos de mercado de una duración específica, producidas de forma periódica donde un elevado número de empresas presenta su gama de productos pertenecientes a uno o más sectores industriales, y: en el caso de las ferias, las empresas principalmente venden dichos productos a través de muestras y atraen sobre todo a visitantes profesionales. En las exposiciones las empresas venden el producto o proporcionan

<sup>13</sup> ESTEBAN, A.; GARCÍA DE MADARIAGA, J.; NARROS, M<sup>a</sup> J.; OLARTE, C.; REINARES, E. M., y SACO, M., *Principios de marketing*, ESIC, Madrid 1997.

<sup>14</sup> SARMIENTO, M., “El mercado de las ferias y exposiciones y otros viajes de negocios”, en *Estudios Turísticos*, 126 (1995) 191-210.

<sup>15</sup> LE MONNIER, F., *Marketing ferial*. Ed. Gestión 2000, Barcelona 2000.

información sobre el mismo con el objetivo final de promocionar las ventas. Atraen principalmente al gran público. En este caso se establecen varias diferencias entre ambos conceptos:

- La feria tiene periodicidad, normalmente anual y la exposición no.
- La duración de las ferias suele ser como máximo de quince días, mientras que las exposiciones tienen una duración mínima de tres meses.
- En las exposiciones existen distinciones y recompensas que otorga un jurado, mientras que en las ferias no se conceden premios.
- La misión principal de las ferias es incrementar las transacciones comerciales; sin embargo, las exposiciones se utilizan como propaganda del desarrollo económico de un país, o incluso de su ideología política y social.
- Las ferias normalmente son organizadas por empresas privadas o ayuntamientos mientras que las exposiciones las organizan los gobiernos, que en ocasiones invierten enormes cantidades de dinero.

Por tanto, ferias y exposiciones tienen muchas características en común; la principal diferencia radica en que en las exposiciones el objetivo inmediato es la promoción y la información, no es la realización de transacciones comerciales; sin embargo, la función principal de las ferias es llevar a cabo transacciones comerciales, teniendo en cuenta que la ley prohíbe la retirada de mercancías en las mismas<sup>16</sup>

Ahora, abordando un poco en la clasificación de estas, las ferias comerciales, o en inglés, trade shows son eventos generalmente periódicos, que utilizan lugares específicos y continuos para su realización, agrupando a gran cantidad de expositores, oferentes, demandantes y observadores. La finalidad de éstas es "mostrar las cualidades y avances de los productos y servicios, con la intención de realizar toda clase de operaciones comerciales. Las ferias por sus características se pueden dividir en cuatro tipos: ferias generales, ferias especializadas, ferias dirigidas a los consumidores y ferias virtuales o, también, llamados virtual shows.

**a) Ferias generales.** Son ferias en las que pueden participar todo tipo de sectores, que dependiendo de su amplitud y ámbito geográfico se dividen en: Internacionales, nacionales del mismo país sede, regionales y locales.

---

<sup>16</sup> MORENO, M. F.; REINARES, E. M., y SACO, M., *Planificación estratégica de las ferias comerciales*. Dykinson, S.L., Madrid 2006

**b) Ferias especializadas.** Agrupan a expositores de un determinado sector comercial o industrial; o bien, a productos o servicios específicos. Son una buena herramienta para participar en mercados perfectamente definidos y para quien pretende comercializar nuevos productos o servicios, mostrando plenamente las características técnicas como parte de un plan integral de venta; además, éstas sirven para explorar un mercado específico.

**c) Ferias dirigidas a los consumidores.** Estas ferias tienen la característica de estar ampliamente familiarizadas con los consumidores finales de los productos o servicios que se pretenden ofrecer, en general las visitan todo tipo de público, son recomendadas para los productos y empresas locales.

**d) Ferias virtuales o *virtual shows*.** El uso de la tecnología hoy en día se ha vuelto una necesidad indispensable y no podía faltar por consiguiente que ya se empezaran a realizar ferias virtuales, las empresas pueden recibir visitas de clientes desde cualquier parte del mundo a cualquier hora del día y durante todo un año o el tiempo que dure el evento.

Las ferias internacionales son grandes eventos organizados con el objetivo de facilitar las transacciones comerciales entre empresas de todo el mundo y se caracterizan por reunir en un solo lugar y en un mismo tiempo la oferta y la demanda de ciertos productos o servicios.

Las ferias son una importante herramienta del marketing, un gran escaparate comercial y un medio de comunicación relevante.

Una exposición es una técnica de ayuda a la venta, un medio de presentación privilegiado, es decir, un fenómeno de aceleración del proceso de venta que permite optimizar la relación costeo de venta/cliente, en un entorno que promueve la venta profesional.

La mayoría de las ferias internacionales efectúan actividades paralelas como talleres técnicos, seminarios, rondas de negocios, degustaciones, entre otras actividades de interés para el participante, que le permiten capacitarse, actualizarse y especializarse al mismo tiempo que cierran negocios.

Adicionalmente, las ferias internacionales permiten al país anfitrión, presentar sus ventajas económico-comerciales, difundir su cultura y son fundamentales para fomentar el turismo y la derrama económica que conlleva la llegada de visitantes de todo el mundo para participar en el evento, ya que mínimo permanecerán los días que dura el evento, generalmente viajan más de una persona por empresa con sus

Aplicativo móvil para mejorar el desenvolvimiento de los visitantes a la Feria Internacional de alimentos en Perú

respectivos acompañantes y también es común que el participante en la feria, aprovechando el viaje, extienda su permanencia para conocer el país sede.

Por otro lado, en el Perú el Decreto Ley 21700 - Ley de Ferias y Exposiciones Internacionales, su Reglamento - Decreto Supremo N° 006-77-CO/CE, y demás normas modificatorias y complementarias establecen las reglas para la realización de ferias y exposiciones internacionales en el país, así como también la participación del Perú y de los expositores peruanos en ferias y exposiciones internacionales a realizarse en el exterior<sup>17</sup>. Es importante mencionar que estas normas han sufrido modificaciones de tal manera que en la actualidad la vigencia de los beneficios y exoneraciones tributarias han caducado; sin embargo, subsisten ciertas disposiciones que son aplicables como son los requisitos para la autorización de ferias internacionales.

### **1.3.2 Marco Teórico de Aplicaciones Móviles**

Una aplicación móvil es un programa que usted puede descargar y al que puede acceder directamente desde su teléfono o desde algún otro aparato móvil – como por ejemplo una tablet o un reproductor MP3.

Usted necesita un smartphone o algún otro aparato móvil con acceso a internet. No todas las aplicaciones funcionan en todos los aparatos móviles. Cuando usted compra uno de estos aparatos debe usar el sistema operativo y el tipo de aplicaciones que corresponde a ese aparato. Los sistemas operativos móviles Android, Apple, Microsoft y BlackBerry tienen tiendas de aplicaciones que operan en línea en las cuales usted puede buscar, descargar e instalar las aplicaciones. Algunos comerciantes minoristas también operan tiendas de aplicaciones en internet. Usted tendrá que usar una tienda que le ofrezca las aplicaciones que funcionen con el sistema operativo de su aparato. Para establecer una cuenta, es posible que tenga que suministrar el número de una tarjeta de crédito, especialmente si va a descargar una aplicación que no es gratis.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup>MINCETUR. Recuperado de <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=4079>

<sup>18</sup> COMISION FEDERAL DE COMERCIO – INFORACION PARA CONSUMIDORES- RECUPERADO DE <https://www.consumidor.ftc.gov/articulos/s0018-aplicaciones-moviles-que-son-y-como-funcionan>

## 1.4 Marco Conceptual

- **APLICACIÓN MOVIL:** En este trabajo el término se aplica para un programa informático creado para facilitar o llevar a cabo una tarea en un dispositivo móvil. Este aplicativo (también le podemos decir app) busca facilitar alguna tarea que se ha analizado previamente donde se detecte cierta necesidad.
- **FERIA INTERNACIONAL:** Es un evento social, cultural y principalmente económico usado como estrategia de marketing con objetivo principal de promocionar productos y servicios entre compradores y productores nacionales e internacionales, de esta manera agilizar y fluctuar el proceso del Comercio Exterior.

También encontramos referencias sobre este término en distintos sitios web, como como ejemplo lo define como “Las ferias internacionales son una importante herramienta del marketing, un gran escaparate comercial y un medio de comunicación importante. Las ferias tienen una vertiente publicitaria y una estrategia de venta. Una exposición es una técnica de ayuda a la venta, un medio de presentación privilegiado, para un gran número de clientes potenciales, en un periodo de tiempo y un espacio delimitado. Son un fenómeno de aceleración del proceso de venta que permite optimizar la relación coste de venta/cliente, en un entorno privilegiado para una venta profesional.”<sup>19</sup>

- **SOFTWARE:** El software es un ingrediente fundamental para el funcionamiento un dispositivo móvil o computadora. Está formado por una serie de instrucciones y datos, que permiten aprovechar todos los recursos que el dispositivo tiene, de manera que pueda resolver gran cantidad de problemas. Un dispositivo móvil (sea computadora, Smartphones o Tablet) es sólo un conglomerado de componentes electrónicos; el software le da vida equipo, haciendo que sus componentes funcionen de forma ordenada.
- **APP:** Abreviación de Aplicación móvil.
- **GPS:** El GPS (Global Positioning System: sistema de posicionamiento global) o NAVSTAR-GPS es un sistema global de navegación por satélite (GNSS) que permite determinar en todo el mundo la posición de un objeto, una persona, un vehículo o una nave, con una precisión hasta de centímetros (si se utiliza GPS diferencial), aunque lo habitual son unos pocos metros de precisión. El sistema fue desarrollado, instalado y

---

<sup>19</sup> MARKETING XXI – Ferias internacionales – Recuperado el día 29/12/2016 <http://www.marketing-xxi.com/las-ferias-internacionales-156.htm>

actualmente operado por el Departamento de Defensa de los Estados Unidos de America. Este sistema está constituido por tres segmentos:

1. El segmento espacial: que consiste en una constelación nominal formada por 24 satélites en órbita sobre el globo, a 20.200 km, que transmiten señales unidireccionales que proporcionan la posición y la hora de cada satélite del GPS.
2. El segmento de control: que está formado por estaciones de seguimiento y control distribuidas por todo el mundo a fin de mantener los satélites en la órbita apropiada mediante maniobras de mando y ajustar los relojes satelitales. Esas estaciones también realizan el seguimiento de los satélites del GPS, cargan información de navegación actualizada y garantizan el funcionamiento adecuado de la constelación de satélites.
3. El segmento del usuario: consiste en el equipo receptor del GPS que recibe las señales de los satélites del GPS y las procesa para calcular la posición tridimensional y la hora precisa.

#### Aplicaciones

- Civiles: Navegador GPS de pantalla táctil de un vehículo con información sobre la ruta, así como las distancias y tiempos de llegada al punto de destino. Navegación terrestre (y peatonal), marítima y aérea. Bastantes automóviles lo incorporan en la actualidad, siendo de especial utilidad para encontrar direcciones o indicar la situación a la grúa. Teléfonos móviles Topografía y geodesia. Localización agrícola (agricultura de precisión), ganadera y de fauna. Salvamento y rescate. Deporte, acampada y ocio. Para localización de enfermos, discapacitados y menores. Aplicaciones científicas en trabajos de campo (ver geomática). Geocaching, actividad deportiva consistente en buscar "tesoros" escondidos por otros usuarios. Para rastreo y recuperación de vehículos. Navegación deportiva. Deportes aéreos: parapente, ala delta, planeadores, etc. Sistemas de gestión y seguridad de flotas.
- Militares: Navegación terrestre, aérea y marítima. Guiado de misiles y proyectiles de diverso tipo. Búsqueda y rescate. Reconocimiento y cartografía. Detección de detonaciones nucleares.

- Integración con telefonía móvil Algunos móviles pueden vincularse a un receptor GPS diseñado a tal efecto. Suelen ser módulos independientes del teléfono que se comunican vía inalámbrica bluetooth, o implementados en el mismo terminal móvil, y que le proporcionan los datos de posicionamiento que son interpretados por un programa de navegación. Esta aplicación del GPS está particularmente extendida en los teléfonos móviles que operan con el sistema operativo Symbian OS, y PDAs con el sistema operativo Windows Mobile, aunque varias marcas han lanzado modelos con un módulo GPS integrado con software GNU/Linux.<sup>20</sup>
- **EXPOALIMENTARIA:** En lo que concierne al trabajo, Expoalimentaria es la principal plataforma de negocios internacional del sector alimentos, bebidas, maquinaria, equipos, insumos, envases y embalajes, servicios, restaurantes y gastronomía más importante de Latinoamérica, la cual se constituye como el punto de encuentro internacional de empresas exportadoras, y diversos compradores provenientes de todo el mundo.
- **DIRECTORIO:** El directorio es un libro, tipo agenda, donde pueden encontrar los nombres de las empresas, expositores, números de contactos, correos electrónicos, entre otros. Su finalidad de este instrumento de ferias internacionales es brindarle información al visitante sobre toda la feria, donde podremos encontrar in INDEX, horarios de atención, tipos de identificación de credenciales, tarifas para visitantes (precios de entradas) , los servicios de la feria y rueda de negocios. También reglamento de feria.

---

<sup>20</sup> Trabajo de investigación: Aplicaciones para dispositivos móviles - Felipe Luis Martínez González – Universidad de Valencia – España, 2010 -2011, páginas del 9 al 10.



## **CAPITULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **2.1 Descripción de la Realidad Problemática**

Se plantea el uso de una aplicación móvil con la cual el visitante a la feria internacional de alimentos se pueda ubicar de manera fácil y sencilla usando su Smartphone o Tablet, sin tener la necesidad de contar con alguna guía o mapa de mano, que en algunas ocasiones se encuentra a la venta.

La aplicación no solo permitirá ubicarte físicamente en la feria, sino también, tendrá un Menú interactivo donde se podrán apreciar características como: Mapa, Convenciones, Empresas, Noticias, Actividades y Encuesta. De esta manera se busca solucionar diversos

problemas manejando una agenda de manera sencilla y a la mano, con alarmas que les puedan avisar sobre los horarios de la convención y la hora de registros de ellas, también de las diversas actividades de la feria misma, como charlas, demostraciones en vivo, shows, entre otras. Evitando de esta manera aglomeraciones y colas al momento del registro y hacer un mejor uso del tiempo al momento de la visita a la feria.

Esta aplicación promete tener una interfaz sencilla y de diseño atractivo. Otro punto importante que nos permitirá la recopilación inmediata a nuestra base de datos sobre las encuestas que enviaremos a través de esta, teniendo así información verídica de forma rápida y sencilla. Disponible en 4 idiomas (castellano, inglés, francés & portugués).

En síntesis, la propuesta ayudaría considerablemente la reducción de costos de impresión de guías para los visitantes, donde el gasto es un aproximado de S/ 52 000 soles en un tiraje de 10 000 ejemplares de directorios y S/6 000 en un tiraje de 12 000 mapas de mano, también reducción de tiempos de resolución de dudas, y la principal ventaja es la facilitación de información que tendrá el visitante a Feria al momento de descargar el app en su smarthphone.

## **2.2 Formulación del Problema**

**“¿Cómo mejorar el desenvolvimiento de los visitantes a una feria Internacional de Alimentos en el Perú?”**

## **CAPITULO III: OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Objetivo de la Investigación**

#### **❖ Objetivo General:**

Mejorar el desenvolvimiento de los visitantes a una feria internacional de Alimentos en el Perú

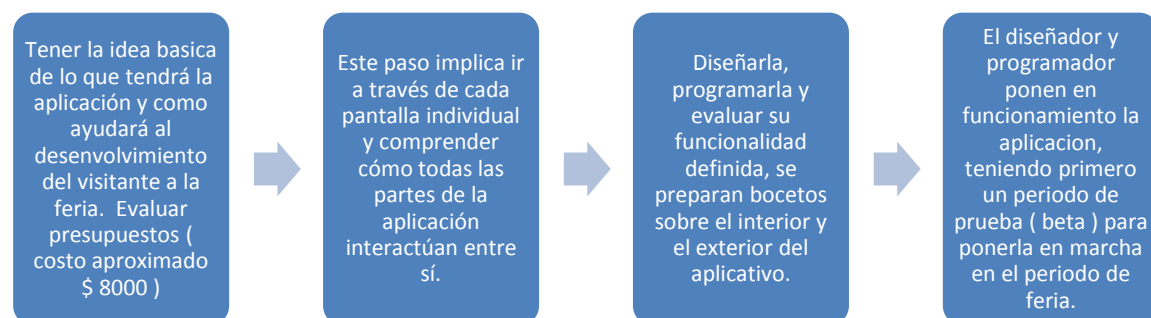
➤ **Objetivos Específicos:**

1. Creación e Implementar la aplicación móvil.
2. Recabar información in situ.

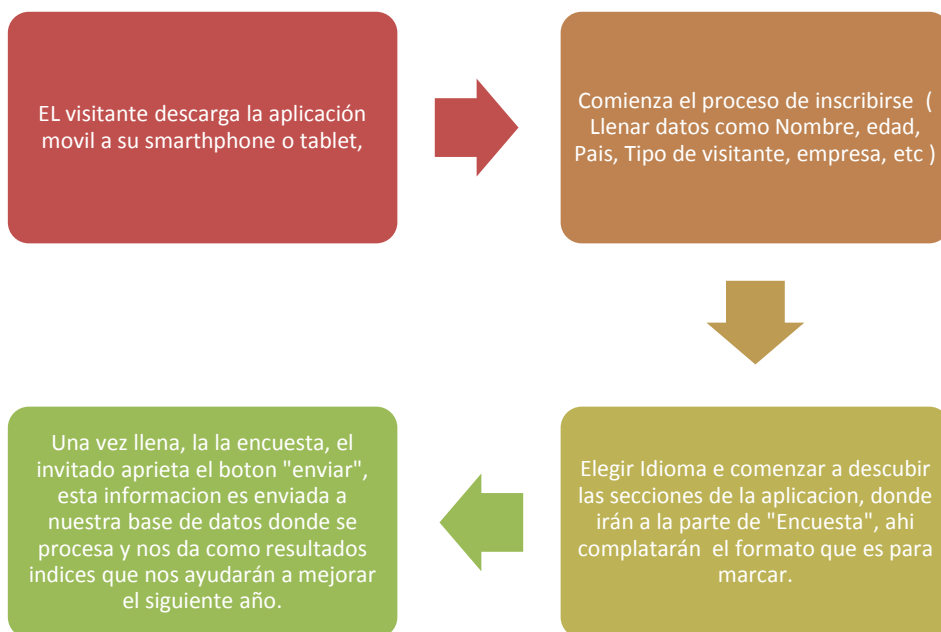
## **CAPITULO IV: FORMULACIÓN DEL DISEÑO**

### **4.1 Diseño Esquemático**

**Proceso de Implementación de Aplicación móvil.**

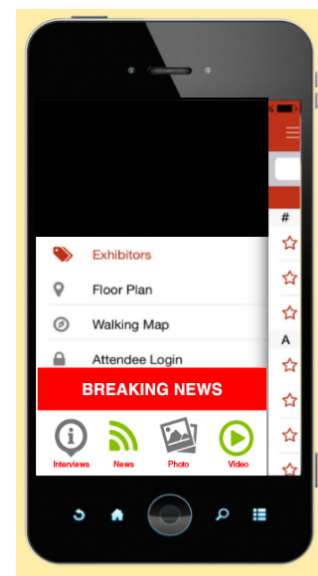


### **Proceso de recabar información in situ.**



## 4.2 Descripción de los aspectos básicos del diseño

Para mejorar el desenvolvimiento de los participantes en una feria internacional de alimentos se planea la implementación de una aplicación móvil de fácil descarga y manipulación donde contendrá los siguientes botones:



**Mapa:** Con este botón, podremos visualizar en su totalidad el mapa de la feria, por secciones, inclusive activando la opción de GPS de nuestro celular, podemos saber exactamente donde nos encontramos



Plano Ferial – Expoalimentaria 2016<sup>21</sup>

Como podemos observar, es un mapa bastante amplio donde es fácil llegar a la confusión sin ningún tipo de orientación, con diferentes segmentos, la aplicación mostrará todo el mapa, donde el visitante podrá hacer “zoom “y apreciar cada empresa por segmento, ahí podremos tener el nombre de la Institución, número de stand, web site, numero de contacto, etc. Con la aplicación tendremos a reducir los costos de impresión que conllevan a s/ 6 000 en un tiraje de 12 000 en mapas de mano para los visitantes.

<sup>21</sup> Plano Ferial – Expoalimentaria 2016 – recuperado el 12/01/2016 de <http://www.expoalimentariaperu.com/mapa/mapa/index.html>



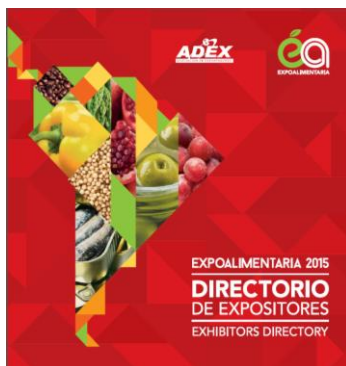
**Actividades:** Todos los eventos que se realicen en la feria, tanto como clases de Cocina, demostraciones, exposiciones, Invitados especiales, shows artísticos, entre otros.



Se podrán apreciar en la lista de actividades datos como: Compañía que organiza la exposición, tema de la exposición, expositor, hora y fecha de esta misma. Se mostrará en una lista muy familiar, de forma sencilla y consecutiva de todas las Actividades de Expoalimentaria 2017, de manera que el visitante pueda encontrar la actividad de forma sencilla, en esta parte se podrá agendar ó poner alarma a las actividades donde he avisará con minutos de anterioridad para inscripción a las Charlas informativas o poder encontrar un buen asiento en las clases de Cocina Demostrativa.



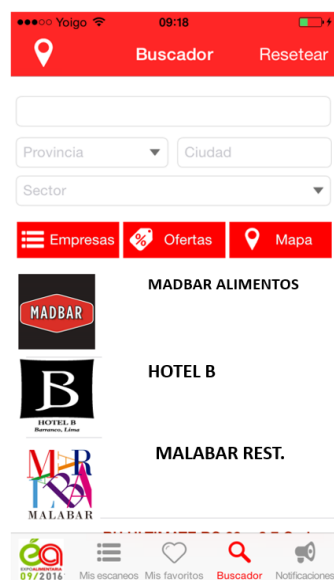
**Empresas / Expositores:** Normalmente para esto, se hace el uso del “Directorio” que es una agenda física donde se encuentran los nombres de las empresas participantes en la feria, Con el uso de la aplicación tendremos a reducir los gastos de impresiones que son aproximadamente s/ 52 000 por 10 000 directorios aproximadamente.



### **Directorios Expoalimentaria 2015**

En esta parte de la app podremos encontrar todo sobre los participantes a la feria de forma rápida y sencilla nombres, número de contactos de las empresas, web sites, direcciones. Etc.





**Convenciones:** con este botón, podemos estar al tanto sobre la hora, fecha y lugar de las convenciones dentro de la feria, y un recordatorio de registrarnos antes para evitar colas y aglomeraciones





**Encuesta:** Esta importante herramienta nos permitirá recabar información acerca del comportamiento y requerimientos de los visitantes, para poder implementar mejoras al siguiente año, y tener resultados de forma rápida.

Para el objetivo de recolección de datos, se aplicará un tipo de investigación descriptiva – cualitativa, utilizaremos la herramienta dentro de la Aplicación “Encuesta” de solo 5 preguntas básicas para poder recibir la información de manera directa del visitante, donde después de haber llenado correctamente todo, la información se envía directamente a nuestros servidores donde será procesada y evaluada para darnos un resultado final, de esta manera se podrán hacer mejoras para Expoalimentaria 2018.

Two side-by-side screenshots of a mobile application interface titled 'ENCUESTA' in green. The left screenshot shows question 1: '¿ Ha participado anteriormente en Expoalimentaria?' with radio button options 'SI' and 'NO'. Below it is question 2: '¿ Se encuentra usted satisfecho con su paticipacion en Expoalimentaria 2017?' with radio button options 'SI' and 'NO'. The right screenshot shows question 5: '¿ Que tipo de mejoras proponía usted para Expoalimentaria 2018? Escriba un breve comentario.' followed by a large text input area with a placeholder 'write here...'. Both screenshots show a status bar at the top with the time 2:23 PM and various icons.



**Noticias:** Actualización constante sobre acontecimientos relevantes como ganadores de concursos internos, visitas de personalidades al evento, sorteos, entre otros



Esta aplicación móvil estará disponible tanto para el sistema operativo IOS (Apple) y para Android, de esta forma podrán acceder a usarla usuarios que tengan iPhone o Smartphones de todo tipo de forma gratuita.

En la situación actual, probaremos la aplicación móvil en la **Feria Expoalimentaria 2017**, **organizada por la Asociación de Exportadores (ADEX)**, en la edición pasada, pudimos observar que esta importante feria de alimentos; a nivel Latinoamérica, no cuenta con una aplicación que ha facilitado el desenvolvimiento de los visitantes, tomando como precedente la feria Internacional de alimentos “Fancy Food” donde aplican esta herramienta de fácil acceso para el público en general.

**Expoalimentaria 2017** se llevará a cabo los días 27, 28 y 29 de Septiembre en el Centro de Convenciones Jockey, Lima – Perú; para lo cual se plantea lanzar la aplicación 5 meses antes, el 1ero de Mayo, junto a la venta de entradas en el periodo de “pre – venta” para que los futuros visitantes se vayan familiarizando con la aplicación, de modo también de hacer promoción a la feria a través de este medio. Este periodo será un periodo de prueba (BETA) donde pondremos en marcha las funcionalidades y se darán a notar sus posibles fallas de esta.



Imagotipo Expoalimentaria 2017<sup>22</sup>

A medida que vallamos descubriendo las eventualidades en la aplicación, podremos solucionarlas para tener el resultado final los días de feria (27, 28 y 29 de Septiembre del 2017) y brindar al visitante una grata experiencia en la feria a través de esta herramienta de ayuda que es la “**EXPOALIMENTARIA APP**”, también preocupándonos por el cuidado del medio ambiente, los visitantes podrán optar por tener un mapa virtual en su Smartphone en lugar de uno impreso, reduciendo así la cantidad de desperdicios producidos al finalizar la feria y también reduciendo el porcentaje de mapas que se deben imprimir, pudiéndonos proporcionar una data de mapas requeridos por el público y así reducir la cantidad de impresiones para el próximo evento.

Ya en los días de feria, impulsaremos el uso de la aplicación a través de anfitrionas bilingües ubicadas estratégicamente en la entrada de la feria, y cerca al área de registro, donde podremos

---

<sup>22</sup> Elaboración propia.

Aplicativo móvil para mejorar el desenvolvimiento de los visitantes a la Feria Internacional de alimentos en Perú

contar con puntos de conexión WIFI para la rápida descarga, en el caso de que los visitantes no lo hayan hecho anteriormente.

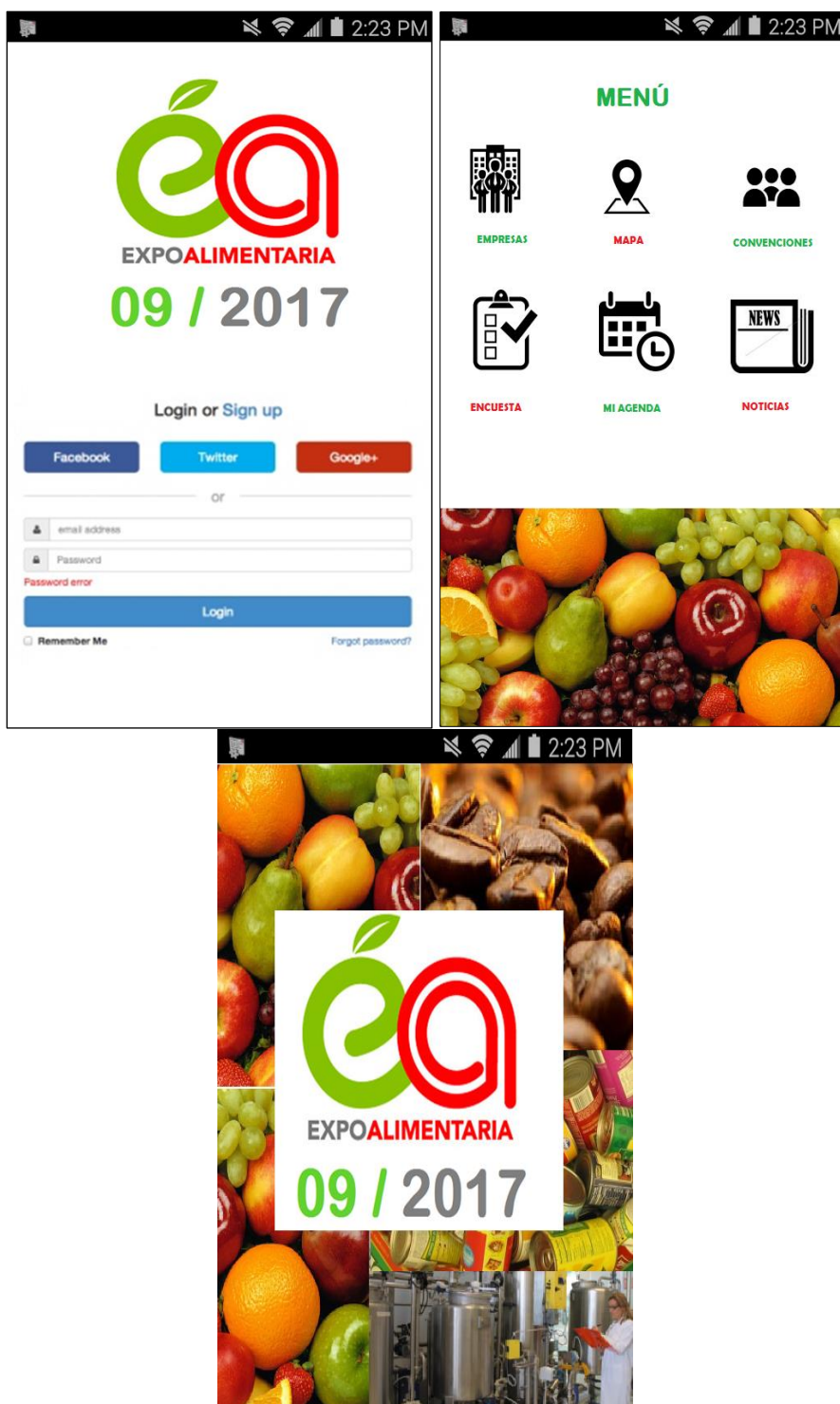


Entrada a Expoalimentaria 2015 y área de registro Expoalimentaria 2015<sup>23</sup>

La aplicación tendrá un menú interactivo y de fácil uso donde no tendríamos inconvenientes para que el público pueda entenderla y usarla.

---

<sup>23</sup> Expoalimentaria – Galería de fotos – Recuperado de <http://www.expoalimentariaperu.com/galeria-de-fotos.aspx>



## CAPITULO V: PRUEBA DE DISEÑO

Para la prueba de Diseño, se llevará a cabo una entrevista entre los miembros del staff de Expoalimentaria, de las diferentes áreas que componen la organización de esta feria de alimentos. La pregunta será: **¿Crees tú que una aplicación Móvil para la Feria Expoalimentaria 2017 puede mejorar el desenvolvimiento de los visitantes? ¿Para ti sería útil?**

➤ Universo:

14 colaboradores de Expoalimentaria, feria organizada por la Asociación de Exportadores (ADEX)

➤ Participantes:

5 Colaboradores de diferentes áreas de Expoalimentaria.

**Miriam Puntay , 24 años**

**Ejecutiva de Convocatoria Nacional y Registro de Expoalimentaria – ADEX**

- **¿Crees tú que una aplicación Móvil para la Feria Expoalimentaria 2017 puede mejorar el desenvolvimiento de los visitantes? ¿Para ti sería útil?**

Sí, me parece una buena idea ya que facilita la información que tienen los visitantes en feria, también nos podría ayudar en el tema de la venta de entradas, facilitándolo de esta manera al cuadro al finalizar la feria haciéndolo de manera fácil para mi área.



**Juan Carlos Mendoza Rodriguez, 26 años**

**Ejecutivo de Venta y Exhibición de Stands de Expoalimentaria - ADEX**

- **¿Crees tú que una aplicación Móvil para la Feria Expoalimentaria 2017 puede mejorar el desenvolvimiento de los visitantes? ¿Para ti sería útil?**

Para los visitantes si, para que identifiquen las zonas y stand según los productos los cuales los expositores tienen. A mí no se me sería útil porque nosotros conocemos a nuestros expositores, y como la aplicación solo sería de Expoalimentaria, a nosotros no nos ayudaría de mucho, más le ayudaría a los visitantes. Otro tema es que le va a permitir reducir la folletería por un tema de ambientalismo y reducción de costos.

**Carlo Quezada , 30 años**

**Coordinador de Convocatoria Internacional de Expoalimentaria - ADEX**

- **¿Crees tú que una aplicación Móvil para la Feria Expoalimentaria 2017 puede mejorar el desenvolvimiento de los visitantes? ¿Para ti sería útil?**

Definitivamente sería útil, desde el hecho que evitaría colas y para el registro online de los visitantes, para que puedan pasar con un código QR y nos evitaríamos molestias tanto por visitantes nacionales e internacionales, también es importante porque nos permitiría ubicarnos dentro del plano ferial que incluyan rutas internas para llegar a los stands y saber que productos como frutas o pescados que ellos están ofertando.

**Victoria Soriano Flores , 22 años**

**Asistente Administrativa de Expoalimentaria - ADEX**

- **¿Crees tú que una aplicación Móvil para la Feria Expoalimentaria 2017 puede mejorar el desenvolvimiento de los visitantes? ¿Para ti sería útil?**

Me parece una buena idea, siempre he pensado que Expoalimentaria debe tener una aplicación móvil que permita que el visitante se maneje de forma más independiente en la feria y tener información al instante. Para mí sería bastante útil ya que me permitiría desplazarme libremente en feria y dejar de ser abordada por los visitantes continuamente por información que ellos ya tienen a la mano.



**Yeliza Salas , 32 años**

**Asistente de Stands y Exhibición de Expoalimentaria - ADEX**

- **¿Crees tú que una aplicación Móvil para la Feria Expoalimentaria 2017 puede mejorar el desenvolvimiento de los visitantes? ¿Para ti sería útil?**

En el área que me encuentro si sería de bastante ayuda, porque yo trato directamente con expositores que siempre necesitan ayuda en el tema de ubicación y contactos comerciales, por ende, el mapa interactivo sería espectacular, también una gran ayuda de forma representativa en el ahorro de impresiones de Directorios de Expositores, que demanda a la institución un gasto considerable, muy aparte que ayudamos al medio ambiente al reducir el uso de impresiones en folletería donde el gasto es un aproximado de S/ 52 000 soles en un tiraje de 10 000 directorios y S/ 6 000 soles en un tiraje de 12 000 mapas de

## **CONCLUSIONES:**

### **Innovar y estar a la vanguardia de la tecnología es necesario para poder mejorar**

Según las respuestas que obtuvimos de los entrevistados, miembros activos del equipo de Expoalimentaria, principal feria de alimentos de Latinoamérica, pudimos observar que ellos dan respaldo a nuestro trabajo, a través de sus opiniones favorables sobre el planteamiento de una Aplicación móvil para mejorar el desenvolvimiento de los visitantes a la Feria internacional de Alimentos , ellos ven por solucionado muchas deficiencias que se pueden encontrar, la más relevante es el tema de la ubicación a través del mapa , donde podrán encontrar una ruta como llegar al stand donde desean ir, también los contactos comerciales y datos importantes como teléfonos y correos de contactos, tanto como información de sus productos que ofrecen y su web site.

Otro punto importante es el de la disminución en costos de impresión de mapas y folletería que se incluiría en la aplicación, así reduciríamos significativamente este punto, y también, contribuimos al cuidado del medio ambiente al usar menos papel e insumos contaminantes en el proceso.

Por otra parte, la encuesta corta implementada en esta app, nos permitiría tener información de primera mano para analizarla e implementar mejoras en las siguientes actividades y eventos que organice ADEX

Aplicativo móvil para mejorar el desenvolvimiento de los visitantes a la Feria Internacional de alimentos en Perú

, como Expoalimentaria 2018, por otra parte, el visitante sabrá que estamos poniendo interés en sus necesidades en feria, de esta manera se sentirá cómodo al momento de su visita.

## REFERENCIAS

### Referencias Sitios web

- SPECIALTY FOOD ASOCIATION – 20/09/2019 “contenido del App Fancy food” – recuperado, adaptado y traducido de <https://www.specialtyfood.com/shows-events/winter-fancy-food-show/attend/showapp/>
- LEAPP - 20/09/2016 - “Fragmento de texto APLICACIONES MOVILES” Recuperado de <https://leapp.wordpress.com/2012/04/30/historia-de-las-aplicaciones-moviles/>
- Expoalimentaria - 20/09/2016 – Recuperado de <http://www.expoalimentariaperu.com/el-evento.aspx>
- AAPEX SHOW – 22/09/2016 About AAPEX – Recuperado, adaptado y traducido de <http://www.aapexshow.com/2016/public/Content.aspx?ID=4032&sortMenu=102001>
- MARKETING XXI – Recuperado el día 29/12/2016 - Ferias internacionales – <http://www.marketing-xxi.com/las-ferias-internacionales-156.htm>

### Referencias Bibliográficas

- TESIS :DISEÑO DE UNA APLICACIÓN MÓVIL PARA LA CONSULTA ACADÉMICA DE LA FIIS-UTP Fragmento de la Introducción y Problema General
- RODRÍGUEZ, MUÑOZ Y GONZÁLEZ (2013). Historia, definición y legislación de las ferias comerciales. Anuario Jurídico y Económico Escurialense, XLVI (2013) 449-466 / ISSN: 1133-3677

- DÍAZ, E., “Irreivindicabilidad de los bienes adquiridos en ferias y mercados”, en *Revista de Derecho Mercantil*, 233 (1999) 1117-1138
- TELLIS, G. J., y REDONDO, I., *Estrategias de Publicidad y Promoción*, Pearson Educación, S.A. (Addison-Wesley), Madrid 2002
- ESTEBAN, A.; GARCÍA DE MADARIAGA, J.; NARROS, M<sup>a</sup> J.; OLARTE, C.; REINARES, E. M., y SACO, M., *Principios de marketing*, ESIC, Madrid 1997.
- SARMIENTO, M., “El mercado de las ferias y exposiciones y otros viajes de negocios”, en *Estudios Turísticos*, 126 (1995) 191-210.
- LE MONNIER, F., *Marketing ferial*. Ed. Gestión 2000, Barcelona 2000.
- MORENO, M. F.; REINARES, E. M., y SACO, M., *Planificación estratégica de las ferias comerciales*. Dykinson, S.L., Madrid 2006